

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Tanggung jawab sosial atau sering disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (selanjutnya disebut CSR) merupakan wacana yang makin umum dalam dunia bisnis. Di Indonesia, kesadaran mengenai CSR ini terlihat dari makin banyaknya perusahaan yang mengungkapkan isu CSR dalam laporan keuangan tahunan maupun press release lainnya. Pemerintah pun mengkomodirnya peraturan mengenai pengungkapan praktek CSR ini dalam UU no 40/2007 serta peraturan Bapepam.

Banyak motivasi yang dapat dijelaskan terkait keikutsertaan perusahaan dalam mengungkapkan CSR, diantaranya motivasi strategis (Lanros, 2001; Udayasankar, 2007), motivasi ekonomi (Hillman dan Keim, 2001), tanggungjawab moral (Payne, 2002), reaksi konsumen (Mc William dan Siegel, 2010), mengurangi resiko bisnis (Bourin dan Savarina, 2004). Alasan lainnya adalah ketaatan terhadap undang-undang (UU no 40/2007) mengenai kewajiban perusahaan mengungkapkan CSR.

Bank BTPN (Bank Tabungan Pensiunan Nasional) sebagai salah satu bank umum nasional, pada awalnya memfokuskan pada layanan purna bakti (pensiunan). Sebagai implementasi dari CSR, layanan yang diberikan kepada nasabah adalah pusat informasi dan konsultasi kesehatan. Tujuan dari

layanan ini adalah para nasabah/pensiunan dapat menjalani masa pensiun dengan sehat dan sejahtera. Selanjutnya, pada tahun 2008 Bank BTPN memperluas cakupan CSR dengan mengembangkan UPV (*Unique Value Proposition*) baru yang disebut *Capacity to Growth* sesuai dengan tanggung jawab moral (Payne, 2002) yaitu program pemberdayaan usaha mikro melalui pusat informasi usaha, pelatihan dan pengembangan ketrampilan serta peluang usaha baru. Program ini diberikan bagi seluruh nasabah BTPN yang tergabung dalam Mitra Usaha Rakyat (BTPN-MUR) yaitu usaha mikro yang mendapatkan fasilitas kredit usaha produktif dari bank BTPN. Manfaat yang dirasakan dari implementasi CSR ini bagi nasabah dan pengembangan usaha mikro sangat positif, karenanya pada 19 Juli 2011, bank BTPN mengeluarkan program DAYA yang merupakan program terintegrasi antara BTPN Pensiunan dengan BTPN MUR dalam memberikan kesempatan kepada semua stakeholder BTPN untuk berpartisipasi dalam misi memberdayakan jutaan *mass market* di Indonesia.

Program DAYA bank BTPN diperkenalkan pada 19 Juli 2011 yang dijadikan *branding* baru bank BTPN dalam bisnis pendanaan. Program ini memiliki 3 pilar yaitu DAYA Sehat Sejahtera, DAYA Tumbuh Usaha dan DAYA Tumbuh Komunitas. Kegiatan yang dilakukan oleh ketiga pilar ini adalah informasi konsultasi serta pemeriksaan kesehatan, sentra informasi tumbuh usaha dan program adopsi komunitas untuk peningkatan ketrampilan keberhasilan usaha serta kesehatan.

Program DAYA dilaksanakan oleh bank BTPN sebagai bentuk penyempurnaan/integrasi dari program CSR yang berkelanjutan. Kenyataannya, program ini disambut positif oleh nasabahnya terutama yang tergabung dalam BTPN Mitra Usaha Rakyat. Berdasarkan data per 25 Juni 2012, jumlah usaha mikro yang telah menikmati program DAYA Tumbuh Usaha pada BTPN MUR KCP Purwosari adalah 347 nasabah. Program ini perlu diukur efektifitasnya dalam memberdayakan kelompok usaha mikro tersebut. Karenanya, bank BTPN memerlukan mitra aliansi strategis untuk memperkuat program DAYA terutama dalam implementasi dari program tersebut dan perbaikan berkelanjutan terhadap program DAYA. Penelitian ini dilaksanakan dengan melibatkan 30 usaha mikro yang tergabung dalam BTPN MUR KCP Purwosari.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan survey terhadap responde yang terlibat. Untuk menilai efektifitas program dilakukan dengan *indeht interview* dan *Focus Group Discussion* (FGD) kepada responden untuk mendapatkan data mengenai kenaikan omset usaha, *repayment rate*, peningkatan nilai kredit dan peningkatan skala usaha (Mikro/Menengah). Pengukuran *Customer Satisfaction Index* dan *Net Promotor Score* juga dilakukan untuk menilai persepsi responden terhadap program ini.

Sampai dengan awal 2012, DAYA telah dirasakan oleh 802.069 nasabah dengan total aktivitas yang sudah dijalankan sebanyak 26.772. Capaian *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 87.6% di atas target 85%

untuk pilar DAYA Sehat Sejahtera dan pilas DAYA Tumbuh Usaha mencapai 76.8% di atas target 60%, sedangkan untuk pilar DAYA Tumbuh Sehat belum dilakukan. Skor ini menunjukkan bahwa program DAYA dinilai positif oleh nasabahnya dalam meningkatkan taraf hidup dalam menuju Sehat Sejahtera dan Tumbuh Usaha.

Berdasarkan pencapaian program DAYA yang sudah dilaksanakan oleh bank BTPN sejak Juli 2011 untuk memberdayakan usaha mikro, bank BTPN mempunyai perbedaan dengan bank lain yaitu DAYA sebagai UVP (*Unique Value Proposition*) *the best mass market bank*. Dimana melalui Program Daya bagi debitur bisa meningkatkan usaha dari sisi omzet, menjaga angsuran atau kewajiban tetap lancar serta peningkatan skala usaha melalui peningkatan pembiayaan besaran kredit.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengambil judul penelitian ini adalah “Peran Bank BTPN untuk Meningkatkan Kinerja Nasabah Melalui Program Daya (Studi Empiris pada Bank BTPN Solo – MUR Cabang Purwosari)”.

## **B. Perumusan Masalah**

Program DAYA dilaksanakan oleh bank BTPN sebagai bentuk penyempurnaan/integrasi dari program CSR yang berkelanjutan. Dan pada kenyataannya, program ini disambut positif oleh nasabahnya terutama yang tergabung dalam BTPN Mitra Usaha Rakyat.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut : “Bagaimana efektifitas implementasi program DAYA bank BTPN yang diukur dari *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Net Promotar Score* (NPS), kenaikan omzet usaha, *repayment rate*, peningkatan nilai kredit dan skala usaha?”

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah diatas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris efektifitas implementasi program DAYA bank BTPN yang diukur dari *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Net Promotar Score* (NPS), kenaikan omzet usaha, *repayment rate*, peningkatan nilai kredit dan skala usaha.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dibagi menjadi 2 (dua) manfaat utama, yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis, dengan uraian sebagai berikut

#### 1. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini adalah memberikan pengetahuan umum kepada khalayak tentang peran Bank BTPN dalam meningkatkan kinerja nasabah melalui Program DAYA. Penelitian ini juga diharapkan dapat meminimalkan *repayment rate*, meningkatkan *Customer*

*Satisfaction Index, Net Promoter Score*, omset usaha, nilai kredit dan skala usaha.

## 2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan teori manajemen. Selain itu, manfaat penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan teori *Corporate Social Responsibility* dalam berbagai disiplin ilmu. Bagi peneliti dan orang-orang yang berminat mengkaji masalah implementasi suatu program untuk meningkatkan kinerja nasabah, diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya.

## E. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan mencakup tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka mencakup tentang tinjauan pustaka dan bagan alur penelitian.

Bab III Metode Penelitian mencakup tentang metode penelitian, sampel penelitian, variabel penelitian, dan rencana analisis.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan mencakup tentang analisis dan pembahasan penelitian

Bab V Penutup mencakup tentang kesimpulan dan saran.